Nr. 8. Poznań, 15 sierpnia 1929 r. Rok IV.

Przegląd Cukierniczy

Miesięcznik

przemysłu cukierniczego, przetworów owocowych i branż pokrewnych

Dom Rzemieślniczy

Jak z licznych odezw i artykułów prasowych wiadomo, buduje się w Poznaniu „Dom Rzemieślniczy“. Gmach ten powstaje dzięki inicjatywie poznańskiej Izby Rzemieślniczej, a zwłaszcza jej syndykowi p. Juszczakowi oraz wybitniejszych rzemieślników, zajmujących czołowe stanowiska w polskim świecie rzemieślniczym. — Jakim celom ma służyć „Dom Rzemieślniczy“.

Ma się w nim skupiać całe życie rzemieślnicze. Samodzielni rzemieślnicy byli dotąd bez własnego dachu nad głową. Nie mieli własnego zakątka, w którym mogliby swobodnie urządzić zebranie i radzić bez przeszkód o swoich żywotnych sprawach. Chcąc urządzić zebranie cechow , rzemieślnicy zmuszeni byli dusić się w przeróżnych niewygodnych restauracjach i skazani byli na właściciela lokalu. Nie było dotąd także odpowiedniego miejsca, gdzieby mogły odbywać się kursa dla naszej młodzieży rzemieślniczej. Ściąganie w tym celu młodzieży do restauracyj, nie zawsze zasługiwało na pochwałę i uznanie. Następnie rzemieślnicy zamiejscowi, przyjeżdżający do Poznania, będą mogli za bardzo niską opłatą znaleźć nocleg w Domu Rzemieślniczym. Poza tem mieścić się tam będzie Bank rzemieślniczy, szkoła zawodowa i t. d.

Jak widzimy gmach ten ma kolosalne znaczenie dla naszego rzemiosła. Jeśli zważymy, że podobnemi własnemi gmachami rozporządzają wszystkie większe organizacje robotnicze, to tem więcej gmach taki posiadać powinni samodzielni rzemieślnicy: — Kiedy Dom Rzemieślniczy w Poznaniu będzie mógł być oddany do użytku publicznego.

Zależeć to będzie od dalszej naszej ofiarności. Gdyby nie brak funduszów, to wspomniany gmach byłby już dawno gotowy. Niestety Zarząd budowy Domu Rzemieślniczego borykać się musi na każdym kroku z brakiem pieniędzy. A nie potrzebowałoby być tych trudności, gdyby każdy rzemieślnik dorzucił cegiełkę do tej budowy. Jeśli starczy na nie jeden kieliszek wódki, to też starczyć powinno na kilka złotych na tak wzniosły cel.

Apelujemy do wszystkich ludzi dobrej woli, prosząc o ofiary niezbędne do ostatecznego wykończenia Domu Rzemieślniczego, z którego rzemiosło polskie będzie dumne.

„Jak cię widzą, tak cię piszą“

Panom fabrykantom pod rozwagę

Dobrze jest czasem zapakować walizkę i wyruszyć w podróż. Dla przeciętnego śmiertelnika n. p. zajmującego w życiu publicznem najskromniejsze chociażby stanowisko, każda podróż połączona jest z dodatniemi wynikami. Pod tym kątem widzenia na sprawę patrząc, reporter „Przeglądu Cukierniczego“ pozbierał najniezbędniejsze manatki i — jazda na dworzec.

Cóż u licha — powiecie zapewne — czy sprawozdawca „Przeglądu Cukierniczego“, cierpiącego na chroniczne niedomagania „walutowe“, zdobył się naraz na kosztowną podróż na drugą półkulę? Nic podobnego! Nie dysponując cudzym samochodem nawet do Biarritz machnąć się nie mogłem. Jeździłem sobie skromniutenko, to III to IV klasą po naszej ukochanej, pięknej Polsce i zadowolony jestem, żem na koszt społeczeństwa nie potrzebował się kąpać w wodach zagranicznych.

Ponieważ najbliższym moim warsztatem pracy jest pismo służące sprawom cukiernictwa, przeto w czasie mojego objazdu po kraju tym działem przedewszystkiem się interesowałem, zapisując skwapliwie do notesu to, co zasługiwało na większą uwagę. A zapisków takich nagromadziło się sporo.

Naprzykład czytam w notesie: „reklama“. Aha, wiem co mi to ma przypomnieć. Otóż zajechałem do pewnego miasteczka na Pomorzu. Zaraz przy wyjściu z dworca zauważyłem obszerną tablicę, przymocowaną na dwóch słupach. Pismo na tablicy było prawie wcale niewidoczne, deski spróchniałe, słupy pod tablicą pochylone i załamujące się. Natomiast w górnej części tablicy widniał dość wyraźny jeszcze napis: „Poznańska Fabryka Czekolady .... “. Na ludzi nie znających odnośnej znajdującej się w największym rozkwicie fabryki, owa tablica reklamowa musi robić wrażenie jakiejś maleńkiej fabryczki

nie odgrywającej poważniejszej roli. Na pierwszy rzut oka i ja takie smutne odniosłem wrażenie i błędne mniemanie. Lepiej przeto byłoby, gdyby takich tablic reklamowych wogóle nie było, pamiętając o przysłowiu: „Jak cię widzą, tak cię piszą”.

W związku z powyższem warto na jedną jeszcze sprawę zwrócić uwagę. Mianowicie po mniejszych miastach wyłożone są w oknach wystawowych wyroby cukiernicze, które — sądząc po zniszczonem opakowaniu — leżeć muszą nieraz całemi miesiącami. Widziałem niestety bardzo często w oknach tabliczki czekolady, których opakowanie było pełne śladów much i kurzu. Czy taki zewnętrzny wygląd opakowania nie musi budzić wstrętu do wyrobów cukierniczych?

Wina za to spada oczywiście w pierwszym rzędzie na odnośnych właścicieli sklepów. Zważywszy jednak, że kupcy ci handlują rozmaitemi artykułami, a sprzedaż wyrobów cukierniczych traktują jako coś pobocznego, wątpić należy, czy z tej strony nastąpi kiedyś większe zrozumienie dla tej sprawy. Tymczasem faktem jest, że takie niewłaściwe obchodzenie się z atrykułami cukierniczemi odbiera publiczności chęć do kupowania, co w konsekwencji odbija się na kieszeni fabrykanta. Ze strony wytwórców powinno się tedy poczynić kroki w celu usunięcia tych niedomagań.

Uważamy, że bardzo dużo w tym względzie mogliby zrobić podróżujący. Oni bowiem docierają do każdej miejscowości, odwiedzając każdy składzik. Wystarczyłoby nieraz, gdyby przedstawiciel danej firmy zwrócił kupcowi uwagę na skutki niewłaściwego obchodzenia się z wyrobami cukierniczemi. Takie jedno i drugie pouczenie wywarłoby napewno bardzo dodatni wpływ na sprzedających pod względem właściwego obchodzenia się z wyrobami cukierniczemi.

Niejednolite ceny

Rok rocznie wyjeżdżają na letniska tysiące osób. I w tym roku, jak zaobserwujemy, liczba wyjeżdżających nie zmalała. Letnicy, to główni spożywcy wyrobów cukierniczych. To też w tych miejscowościach, gdzie wiele przebywa letników, wyroby słodkie cieszą się stosunkowo dużym popytem.

W miejscowościach nadmorskich jak w Pucku. Gdyni, Swarzewie, Wielkiej Wsi i t. d. stwierdziliśmy niestety rażącą różnicę w cenie. Naprzykład tabliczka czekolady, którą w Poznaniu sprzedaje się w detalu po 1,20 zł a nawet 1,10 zł, kosztuje w powyżej wymienionych miejscowościach 1,80 zł. Podpada, że ceny czekolady firm gdańskich są tam znacznie niższe i z tego powodu publiczność kupuje chętniej czekoladę gdańską.

Powyższy stan rzeczy powinien być przez zainteresowane koła przemysłowe niezwłocznie zbadany. gdyż jak widzimy polskim firmom dzieje się dotkliwa krzywda.

Pośrednictwo w przemyśle cukierniczym

Rzadko kiedy dostaje się towar od producentów wprost do konsumenta. Pomiędzy jednym i drugim jako czynnik trzeci występuje pośrednictwo czyli kupiectwo. Z wielu stron zwalcza się pośrednictwo dlatego, ponieważ, jak przeciwnicy twierdzą, przyczynia się ono do podrożenia wyrobów. Każda gałęź przemysłu korzysta jednak z pośrednictwa, co dowodzi, że jest ono niezbędne w rozwoju życia gospodarczego. Chodziłoby tylko o to, aby pośrednictwo spoczywało w rękach kupców rutynowanych i fachowych, na co szczególnie baczyć należy w zawodzie cukierniczym.

Jeśli danej firmie zależy na wyrobieniu sobie dobrej sławy w opinji publicznej i zjednania stałych odbiorców, to musi ona dbać o to, aby wytwory w tym wzorowym wykonaniu, w jakim opuściły wytwórnie, doszły konsumenta. Gdy obserwujemy wystawy sklepów z wyrobami cukierniczemi, prowadzonemi przez niefachowców, b. często zauważymy wystawione m. in. wyroby pierwszorzędnych firm, które jednak wskutek nieumiejętnego obchodzenia się z niemi tracą dużo na wyglądzie zewnętrznym. Samo niezręczne wyłożenie danego artykułu w oknie wystawnem razi oko przechodniów i zamiast przyciągać, zachęcić do kupowania, wystawa taka odstręcza formalnie kupujących. Na tem traci oczywiście nietylko dany pośrednik, lecz w równej mierze odbija się to na kieszeni producenta, który zaopatrzywszy dany artykuł własnem firmowem opakowaniem, bierze na siebie temsamem wszelką odpowiedzialność przed konsumentem. Jeśli przez nieumiejętne obchodzenie się wyroby uległy częściowemu zepsuciu, to konsumeet mniej zwykle wini za to pośrednika, lecz niezadowolenie swoje wynurza w pierwszym rzędzie pod adresem tego, który odnośny artykuł zaopatrzył swoim napisem firmowem — to jest wytwórca. O ile zaś zarzuty z tego powodu spotkają częściej również właściwego winowajcę, odnośnego sklepikarza, to ostatni daje sobie z tem łatwo radę. Usuwa on poprostu ze swego składu wyroby odnośnej firmy i pokrywa zapotrzobowanie w wytwórni innej, co bardzo często zachodzi w pośrednictwie. Czyli, sprawa zostaje ostatecznie załatwiona w myśl znanego przysłowia: „Ślusarz zawinił, a kowala powieszono”.

Wytwórcy powinni zatem głęboko zastanowić się nad tem, w jakie ręce oddają swoje wyroby. Muszą

pamiętać, że odnośny pośrednik nie ma w tym wypadku być tylko zwykłym handlarzem, ale ma on przedewszystkiem przejąć na siebie równą odpowiedzialność za utrzymanie wyrobu w tym stanie, w jakim odebrał go od producenta. Biorąc to pod uwagę, każdy wytwórca będzie ostrożniejszy przy wyborze pośredników, uwzględniwszy możliwie siły fachowe.

Zadaniem naszych związków, cechów i stowarzyszeń jest: w tym kierunku działać i stopniowo przygotowywać siły młodsze do tej pracy. Zawód względnie przemysł cukierniczy stałby dzisiaj niewątpliwie na wyższym stopniu rozwoju, gdyby sprzedażą wyrobów cukierniczych zajmowali się wyłącznie fachowcy. Tu zawiniły nietylko odnośne organizacje, ale tak samo winę ponoszą do pewnego stopnia nasi ponocnicy sami. Spada na nich wina o tyle, że nie oszczędzają, nie kształcą się, aby później mogli usamodzielnić się w swym zawodzie. Te liczne sklepy z cukierkami, znajdujące się w ręku ludzi niefachowych, należą się w pierwszym rzędzie fachowcom i powinniśmy wspólnie dążyć do opanowania również tej części naszego warsztatu pracy. Gdy opanujemy pośrednictwo, wtedy też znikną z powierzchni te bolączki, o których wyżej mowa, a które tyle krzywd wyrządzają przemysłowi cukierniczemu.

Bezpośredni import kawy brazylijskiej

W jednym z ostatnich numerów „Gazety Handlowej" znajdujemy interesujące informacje o pomyślnym wyniku trwających od szeregu miesięcy pertraktacyj nad zorganizowaniem bezpośredniego importu kawy brazylijskiej do Polski. Wskutek uniezależnienia się od obcych pośredników zyskamy na tem niewątpliwie wiele. Cieszymy się, że tak pomyślny obrót tej dla naszych interesów gospodarczych tak doniosłej sprawy zawdzięczać należy w przeważającej mierze inicjatywie i sprężystości znanego kupca poznańskiego p. Piotra Michałowicza, któremu dzielnie pomagał nasz rodak z Rio de Janeiro p. Władysław Gellert. Oto co pisze „Gazeta Handlowa":

„Od kilku tygodni bawi w Warszawie p. Carniero, radca handlowy poselstwa brazylijskiego w Londynie i delegat Brazylji do Komitetu Ekonomicznego Ligi Narodów. Celem pobytu wymienionego dyplomaty jest sfinalizowanie pertraktacyj, które od dłuższego czasu toczą się między polską grupą finansową i kompetentnymi czynnikami amerykańskimi w sprawie bezpośredniego importu kawy brazylijskiej do Polski i państw bałtyckich. Negocjacje są tak dalece posunięte, że już w pierwszych dniach września spodziewać się należy nadejścia do Gdyni pierwszego transportu kawy na pokładzie s/s „Światowida". Z chwilą nadejścia do portu polskiego pierwszego tego ładunku kawy, zamkniętą zostanie pierwsza faza starań o bezpośredność stosunków handlowych pomiędzy Rzplitą a Brazylją, a zarazem pozytywnym rezultatem zostanie uwieńczona działalność wytrwała dwóch kupców polskich, mianowicie pp. Piotra Michałowicza z Poznania i Władysława Gellerta z Rio de Janeiro, którzy poświęcili długi szereg miesięcy dla doprowadzenia do skutku tak niezwykle ważkiej dla gospodarstwa krajowego tranzakcji.

Pod koniec ub. roku wymienieni panowie wyjechali do Brazylji, celem nawiązania bezpośrednich stosunków z tamtejszemi kołami handlowemi. Jak wiadomo, kawa, jako główny artykuł eksportowy Brazylji, otoczona jest specjalną opieką tego państwa, które kontroluje handel kawą za pośrednictwem Państwowego Instytutu Kawowego, na czele którego znajduje się każdorazowy minister finansów stanu Sao Paolo; obecnym prezydentem jest p. dr. Rollin Telles. Kupcy polscy, mimo życzliwości, okazywanej im ze strony rządu i społeczeństwa brazylijskiego, pokonać musieli rozliczne trudności, spowodowane brakiem jakiegokolwiek kontraktu handlowego Polski z Ameryką Południową; po szczęśliwem ich przezwyciężeniu doszło do podpisania umowy, mocą której powołana ad hoc Polsko-Brazylijska Spółka Handlowa S. A. z siedzibą w Gdyni i oddziałem na Polskę w Warszawie utrzymywać będzie stale konsygnacje wszelkich gatunków kawy brazylijskiej na magazynach wolno-cłowych i tranzytowych w porcie gdyńskim.

Wielką tę imprezę finansuje jeden z najpoważniejszych banków londyńskich Lazars Brothers Co. Ltd., zaś w kraju Bank Handlowy S. A. w Warszawie. Kapitał akcyjny spółki wynosi 1.000.000 złotych. Na czele rady nadzorczej stoi p. Maksymiljan Wizel, wiceprezes R. N. fabryki „Kraj" w Warszawie, zastępcą jego jest p. Adolf Sturm, wiceprezes Stow. Kupców Polskich w Warszawie. Nadto w skład Rady Nadzorczej wchodzą: dyr. Banku Handlowego w Warszawie p. Jerzy Ścigalski, makler stołecznej giełdy pieniężnej p. Mieczysław Stypiński i znany przemysłowiec, senator Stefan Laurysiewicz. Komisja rewizyjna składa się z pp. Jana Krajewskiego, kupca z Poznania i Stanisława Lamberta z Gdańska, zaś Zarząd spoczywa w rękach pp Stanisława Hirszla, Piotra Michałowicza i Władysława Gellerta. Jak z powyższego wynika, spółka jest w rękach samych Polaków.

Spółka zamierza w najbliższym czasie przystąpić do budowy wielkich magazynów portowych w Gdyni, specjalnie przystosowanych do przechowania kawy. Budowa magazynów jest koniecznością nietylko z uwagi na przewidywane wielkie obroty krajowe, lecz i ze względu na eksport zagranicę.

Dzieło, które powołał do życia wspólny wysiłek kilku kupców polskich, zaliczyć należy do najdoważniejszych przedsięwzięć dziesięciolecia. Fakt nawiązania poraz pierwszy na większą skalę stosunków handlowych z Brazylją i usunięcia obecnego pośrednictwa w dziedzinie handlu kolonjalnego ma nad wyraz doniosłe znaczenie dla przyszłości naszego handlu zamorskiego i portu w Gdyni.

Prasa brazylijska wyraża się w słowach pełnych uznania o umowie kawowej polsko-brazylijskiej, witając ją jako zapowiedź aktywizacji stosunków między Polską a Ameryką Południową.

Z warsztatu cukierniczego

Smażone migdały

1 i pół funta cukru ugotować do nitki, w międzyczasie wybrać stosowną ilość całych migdałów, wsypać je w cukier gotujący i mieszać kostką popóty, dopóki migdały nie zaczną pękać. Następnie zdjąć z ognia i mieszać je w dalszym ciągu na kotlinie, potem wysypać na blachę, wybrać migdały i resztę cukru; poczem dolać wody do cukru, rozpuścić znowu do pewnej nitki i wsypać z powrotem ocukrzone migdały, które należy zamieszać kilka razy, wysypując na płytę celem ostudzenia.

UWAGA: Do smażenia tych migdałów używa się kociołka z okrągłem dnem.

Trufle śmietankowo-czekoladowe

I. Jeden litr śmietany mocno ubić, wlać jeden funt rozpuszczonej kuwertury, zrobić małe gałki (korpusy) wielkości orzecha laskowego i obkulać w czekoladowym grysiku.

II. Marcepanową masę zagnieść z pudrowym cukrem, dodać siekanej skórki pomarańczowej, nieco wanilji tłuczonej, zrobić gałki i przytem postępować w myśl powyższego.

Trufle te nadają się do garnirowania tortów i różnych ciast deserowych.

Kryzys w handlu owocami

Wedle prowizorycznych obliczeń, zmarzło w Polsce 12.500.000 drzew owocowych, z czego na poszczególne gatunki przypada: orzechy wymarzły zupełnie, grusze w 90 proc., czereśnie 50 proc., śliwy 39 proc. i jabłonie 29 proc.

Zbiory tegoroczne, które obliczane były na sumę około 25 miljonów zł, prawie zupełnie przepadną. W szczególności tegoroczne mrozy wyrządziły szkody w najszlachetniejszych gatunkach, które wszystkie wymarzły. Najpospolitsze jabłka, t. zw. „papierówki“, w związku z powyższem podrożały o 100 procent.

Ponieważ podaż owoców krajowych z powodu zniszczenia drzew przez mrozy jest minimalna, zaś owoce zagraniczne z powodu wysokiego cła są zbyt drogie, popyt na owoce ogromnie się zmniejszył, a w handlu nastąpił całkowity zastój, w związku z czem wiele przedsiębiorstw handlu owocami znajduje się w złych stosunkach, zaś dzierżawcy ogrodów stracili przeważnie cały swój kapitał, tak, iż w wielu wypadkach w przyszłym roku nie będą mogli zakontraktować towaru.

Z RYNKÓW

Masło

W Niemczech produkcja krajowa poważnie się obniżyła, w następstwie czego powiększył się popyt na zagraniczne gatunki masła, które w silnem poszukiwaniu były również i ze strony rynku angielskiego przez co w cenie znacznie podskoczyły. W wyniku takiej sytuacji komisja notowań w Berlinie zmuszoną była dwukrotnie podwyższyć w tygodniu sprawozdawczym oficjalne notowania.

Dowozy masła polskiego do Niemiec poważnie się zmniejszyły, co tłomaczy się znacznem obniżeniem naszej produkcji masła, jak również nieco korzystniejszym zbytem na rynku angielskim. Tylko wyborowe gatunki masła polskiego uzyskiwały w Niemczech najwyższe notowania berlińskie przy potrąceniu kosztów przewozu oraz cła wynoszącego obecnie 50.— Rmk. za 100 kg. Ceny te naogół niewiele różnią się w tej chwili od cen uzyskiwanych przez masło polskie na rynku angielskim.

Konjunktury na rynku angielskim zwłaszcza dla masła kontynentalnego, a temsamem i dla masła polskiego, znacznie się poprawiły. Przyczyna tego tkwi w poważnie zmniejszonych dowozach masła z krajów zamorskich. Notowania masła polskiego wykazują obecnie ceny do 153 sh., jednakże za wyborowe gatunki zwłaszcza z poznańskiego i pomorskiego terenu produkcji uzyskać można nieoficjalne ceny do 157 sh.